

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Cupu Artama Jaya yang bergerak dalam bidang penjualan ayam *frozen* yang beralamat di Jl. Mojoagung – Sumberboto KM 11 kec. Mojoagung Kab. Jombang dan mengambil objek pada penentuan kriteria dan pemilihan pemasok.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif. Penelitian kualitatif Menurut Moleong (2014) adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantifikasi lainnya.

Adapun desain penelitian ini adalah desain penelitian deskriptif. Desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Penelitian deskriptif berfokus pada penjelasan sistematis tentang fakta yang diperoleh saat penelitian dilakukan (Sanusi, 2011).

Jenis penelitian kualitatif deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai kriteria-kriteria yang tepat yang akan dipakai oleh perusahaan dalam menyeleksi calon pemasok sehingga mendapatkan pemasok yang tepat untuk selalu dapat menyediakan

bahan baku dan memperlancar proses produksi perusahaan.

C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Prassetya (2011), Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkap dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktek, secara riil, secara nyata dalam lingkup penelitian atau objek yang diteliti.

Variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas adalah ukuran seberapa bagus produk yang dimiliki pemasok yang nantinya akan di pasok ke CV. Cupu Artama Jaya.
2. Waktu pengiriman adalah seberapa cepat atau lambat pengiriman barang dari perusahaan pemasok kepada CV. Cupu Artama Jaya.
3. Sejarah kinerja adalah kegiatan yang dilakukan oleh pemasok sebelumnya.
4. Garansi dan Layanan pengaduan adalah informasi yang disampaikan pemasok mengenai dugaan pelayanan atau barang yang tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
5. Harga merupakan jumlah uang yang harus perusahaan bayarkan kepada pemasok oleh CV. Cupu Artama Jaya.
6. Kemampuan teknis adalah kapasitas pemasok untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan.
7. Posisi keuangan adalah gambaran keadaan keuangan pemasok yang ditunjukkan oleh nilai kekayaan (harta) dan utang perusahaan yang tercermin dari neraca perusahaan tersebut.

8. Kepatuhan prosedural adalah kedisiplinan dan kemampuan pemasok untuk mentaati prosedur yang sudah disepakati bersama.
9. Sistem komunikasi adalah suatu proses dimana pemasok menyampaikan pesan terhadap CV. Cupu Artama Jaya mengenai hal – hal yang berkaitan dengan bisnis.
10. Reputasi dan posisi perusahaan adalah citra pemasok kepada perusahaan.
11. Keinginan untuk bisnis adalah kemauan pemasok untuk menjalankan suatu bisnis.
12. Manajemen dan organisasi adalah Suatu kegiatan yang dilakukan didalam intern pemasok.
13. Kontrol dalam pengoperasian adalah pengawasan atau pengendalian kegiatan operasi yang dilakukan oleh pemasok.
14. Perbaikan pelayanan adalah usaha memperbaiki atau service kegiatan yang ditawarkan oleh pemasok kepada perusahaan.
15. Perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh pemasok.
16. Kesan adalah suatu tindakan yang dilakukan pemasok agar perilaku yang ditunjukan selama menjalin kerjasama bisa dikenang.
17. Kemampuan pengemasan adalah kemampuan pemasok yang dilakukan pada saat pengemasan barang.
18. Catatan hubungan kerja adalah sebuah catatan yang dilakukan perusahaan kepada pemasok.

19. Lokasi geografis adalah suatu letak strategis yang menunjukkan dimana tempat pemasok berada.
20. Jumlah bisnis sebelumnya adalah banyaknya bisnis yang pernah dijalankan sebelum menjalankan bisnis pada saat ini.
21. Alat bantu pelatihan adalah alat yang ada pada pemasok yang dipakai untuk melatih karyawannya.
22. Adanya hubungan timbal balik adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh pemasok maupun perusahaan yang didalamnya terdapat kegiatan yang saling menguntungkan bagi perusahaan maupun pemasok.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Nanang Martono (2010), "Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti". Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah 1 Direktur Perusahaan, 3 Manajer dan 14 Staf perusahaan CV. Cupu Artama Jaya dengan jumlah keseluruhan populasi adalah 18 .

2. Sampel

Menurut Nanang Martono (2010), "Sampel merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti atau keseluruhan populasi yang akan diteliti. Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan

pertimbangan tertentu. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Manajer, Manajer Operasi, 3 Staf QC, 3 Staf Pembelian, 3 Staf Operasi, 1 staf Keuangan, 2 Staf Marketing dengan jumlah keseluruhan sampel 13. Sedangkan untuk wawancara sampel yang digunakan adalah 1 Manajer, 1 Manajer Operasional, 1 Manajer Pemasaran, 1 Staf Pembelian dan 1 Staf *Quality Control* dengan jumlah keseluruhan 5.

E. Jenis dan Sumber Data

Data kualitatif adalah data yang bukan merupakan bilangan, tetapi berupa ciri-ciri, sifat-sifat, keadaan, atau gambaran dari kualitas objek yang diteliti.

Data Primer Menurut Indrianto dan Supomo (2009) adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara), yang secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer dari penelitian ini adalah data mengenai kepentingan kriteria pemasok dengan cara melakukan wawancara kepada manajer perusahaan, selanjutnya menyebarkan kuesioner penelitian untuk menentukan kriteria pemilihan pemasok dan nilai kriteria pemilihan pemasok yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan pemasok untuk mengetahui penilaian pemasok.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah wawancara dan kuesioner.

1. Wawancara (*interviewing*)

Wawancara adalah hal proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya dengan responden (Nazir:2011). Wawancara yang dilakukan pada CV. Cupu Artama Jaya adalah untuk mengetahui nilai dari masing – masing kriteria pada setiap pemasok.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden yaitu manajer dan staf manajer pada CV. Cupu Artama Jaya. Kuesioner nantinya akan diisi oleh 1 manajer dan juga 12 staf CV. Cupu Artama Jaya. Pembagian kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui kriteria – kriteria yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

G. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam penelitian akan menghasilkan data.

Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert. Menurut Sanusi (2011) Skala Likert adalah skala yang didasarkan pada penjumlahan sikap responden dalam merespons pernyataan berkaitan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

a. Nilai Jawaban

Tabel 3.1 Nilai Jawaban

Kategori Nilai	Nilai
Sangat Penting	5
Penting	4
Sedang	3
Tidak Penting	2
Sangat Tidak Penting	1

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penilaian ini adalah sebagai berikut:

1. Tentukan kriteria pemilihan pemasok dengan memakai Rentang Skala

Terdapat 22 kriteria pemilihan pemasok yang akan diseleksi oleh perusahaan seperti yang dinyatakan oleh Dickson 1966 dalam bukunya I Nyoman Pujawan. Kriteria tersebut antara lain kualitas, waktu pengiriman, sejarah kinerja, garansi dan layanan pengaduan, harga, kemampuan teknis, posisi keuangan, kepatuhan prosedural, sistem komunikasi, reputasi dan posisi perusahaan, keinginan untuk bisnis, manajemen dan organisasi, kontrol dan pengoperasian, perbaikan pelayanan, perilaku, kesan, kemampuan pengemasan, catatan hubungan kerja, lokasi geografis, jumlah bisnis sebelumnya, alat bantu pelatihan dan adanya hubungan timbal balik.

Untuk menyeleksi 22 kriteria pemilihan pemasok digunakan metode rentang skala. Dari 22 Kriteria pemilihan pemasok tersebut yang mendapatkan keterangan nilai sangat penting, penting, dan sedang seperti yang terdapat pada rentang skala akan digunakan oleh perusahaan untuk menentukan pemasok yang tepat. Rumus Rentang Skala adalah sebagai berikut:

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m}$$

Keterangan

R_s = Rentang Skala

N = Jumlah Sampel

M = Jumlah Alternatif Jawaban

Jadi interval nilai dalam skala ini adalah:

$$R_s = \frac{13(5-1)}{5}$$

$$= \frac{13(4)}{5}$$

$$= \frac{52}{5}$$

$$= 10,4$$

Tabel 3.2 Interval Skala

Interval Skor	Kategori
13 – 23,4	Sangat tidak Penting
23,5 – 33,9	Tidak Penting
34 – 44,4	Sedang
44,5 – 54,9	Penting
55 – 65	Sangat Penting

2. Tentukan bobot masing – masing kriteria

Untuk menentukan bobot digunakan metode pembobotan. Untuk menentukan bobot ini akan dilakukan penjumlahan keseluruhan kepada masing-masing kriteria pemilihan pemasok yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan terlebih dahulu. Setelah jumlah keseluruhan dari masing-masing kriteria pemilihan pemasok sudah diketahui, selanjutnya untuk menentukan bobot yaitu dengan cara membagikan nilai dari masing-masing kriteria pemilihan pemasok dengan hasil jumlah keseluruhan.

$$Bobot = \frac{\text{Nilai Kriteria Pemilihan Pemasok}}{\text{Jumlah Keseluruhan dari Nilai Kriteria Pemilihan Pemasok}}$$

3. Identifikasi alternatif pemasok yang akan dievaluasi (dinilai)

Perusahaan CV. Cupu Artama Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang penjualan ayam *frozen*. Produk yang dijual merupakan produk yang dipasok oleh beberapa pemasok. Ada 3

pemasok yang akan dievaluasi (dinilai) dalam penelitian ini. Adapun 3 pemasok tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3 Identifikasi alternatif pemasok

No	Nama Pemasok	Alamat Pemasok
1	PT. Wonokoyo Corp	Beji – Pasuruan
2	UD. Puri Pangan	Puri – Mojokerto
3	UD. Phalosari	Tambak Beras – Jombang

Sumber : CV. Cupu Artama Jaya

4. Evaluasi (nilai) masing – masing alternatif pemasok dengan kriteria yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan.

Langkah selanjutnya adalah mengevaluasi (menilai) masing – masing pemasok dengan kriteria yang telah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Evaluasi dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap responden. Nilai yang diberikan untuk setiap poin kriteria adalah 10-100. Setelah poin diberikan untuk masing – masing kriteria pada masing – masing perusahaan, selanjutnya poin akan dibagi dengan jumlah responden.

5. Menghitung nilai berbobot masing – masing pemasok

Penilaian pemasok ini digunakan sebagai dasar untuk memberikan nilai masing – masing pemasok. Setelah nilai dari masing – masing kriteria pada masing – masing pemasok diketahui, langkah selanjutnya yaitu dengan menentukan nilai dari masing – masing kriteria pada setiap perusahaan dengan cara mengalikan bobot dengan nilai dari masing – masing kriteria pada setiap pemasok.

dan yang memiliki nilai paling kecil akan direkomendasikan menjadi pemasok alternatif bagi perusahaan.